

ANALISIS PERILAKU KONSUMEN BERAS ORGANIK DI KABUPATEN JEMBER

Titin Agustina

*Staf Pengajar Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian/Agribisnis
email: agustin_agrisos@yahoo.co.id*

ABSTRACT

Food is an essential commodities and strategic. Rice is one commodity food that has an important role, both in terms of producers, consumers, government, the community and the environment in general. With increasing population, increasing levels of education and income per capita then the need for rice in particular food consumption also increased. The enthusiasm of the public to consume organic rice is also expected continues to increase along with the awareness of people to live healthy. Research in Consumer Behavior Analysis of Organic Rice in Jember conducted in order to determine: (1). Factors that influence the behavior of consumers in the purchase of organic rice in Jember, (2). Is there a relationship between level of education and income levels of consumers with consumer response to quality attributes of rice in the purchase of organic rice in Jember. This study was conducted in Jember with sampling and identification method in the field. The results showed: (1). the factors that influence consumer behaviour in purchasing organic rice in Jember is the quality factor (texture, grain, color, taste), promotion factor (friend information, leaflets, sellers, packaging), health factors (nutrition and nourishment), factor of safety of consuming (where to buy, certification, pesticide residues) and factor of prices (2). There is no real relationship between the levels of education of consumers with consumer response to quality attributes of rice in the purchase of organic rice in Jember (3). There is no real relationship between the levels of income the consumer response to the quality attributes of rice in the purchase of organic rice in Jember.

Key words : Organic Rice, Consumer Behavior, Quality Attributes of Rice

PENDAHULUAN

Pangan merupakan komoditas yang penting dan strategis, karena merupakan kebutuhan pokok manusia yang hakiki yang setiap saat harus dapat dipenuhi. Kebutuhan pangan perlu diupayakan ketersediaannya dalam jumlah yang cukup, mutu yang layak, aman dikonsumsi dan mudah diperoleh dengan harga yang terjangkau oleh seluruh lapisan masyarakat. Oleh karena itu sasaran utama pembangunan pertanian adalah memantapkan ketahanan pangan dan pengembangan agribisnis agar akses pangan masyarakat terjamin untuk eksistensi hidup sehat, produktif dan kreatif (Darmadjadi dan Widowati, 2001).

Komoditas beras merupakan salah satu komoditas pangan yang mempunyai peranan penting, baik dari sisi produsen, konsumen, pemerintah maupun masyarakat

dan lingkungan secara umum. Berdasarkan sensus pertanian 2003, dari sekitar 90,8 juta penduduk yang bekerja, 44,3 persen diantaranya bekerja di sektor pertanian. Lebih dari separuh penduduk yang bekerja di sektor pertanian tersebut merupakan petani padi dan palawija. Dari sisi konsumen, beras merupakan makanan pokok bagi hampir seluruh penduduk Indonesia dengan tingkat ketergantungan yang tinggi. Beras juga berperan sangat besar bagi pelestarian lingkungan (Oktaviani dan Sahara, 2004).

Memasuki abad 21, masyarakat dunia mulai sadar bahaya yang ditimbulkan oleh pemakaian bahan kimia sintetis dalam pertanian. Orang semakin arif dalam memilih bahan pangan yang aman bagi kesehatan dan ramah lingkungan. Gaya hidup sehat dengan slogan? Back to Nature?

telah menjadi trend baru meninggalkan pola hidup lama yang menggunakan bahan kimia non alami, seperti pupuk, pestisida kimia sintetis dan hormon tumbuh dalam produksi pertanian. Pangan yang sehat dan bergizi tinggi dapat diproduksi dengan metode baru yang dikenal dengan pertanian organik (Badan Penelitian dan Pengembangan, 2005).

Permintaan atas produk-produk pertanian organik (tanpa menggunakan bahan-bahan kimia) melonjak selama beberapa bulan terakhir. Produk-produk pertanian organik yang permintaannya sedang tinggi adalah sayuran, beras, buah-buahan, rempah-rempah, kopi, dan teh. Masyarakat konsumen semakin sadar dan selektif atas segi kualitas kesehatan produk pertanian. Mereka kini lebih suka mengonsumsi produk alami (organik) ketimbang yang menggunakan bahan kimia (an-organik). Semakin tingginya minat konsumen atas produk pertanian organik, dapat dihitung dari bertambahnya areal penanaman padi organik (Pikiran Rakyat, 2005). Saat ini pangsa pasar pangan organik meningkat dengan pesat didunia. Hal tersebut disebabkan pertama, masyarakat yang mulai sadar akan kebutuhan mutlak dalam menekan resiko kesehatan melalui pangan “sehat” tersebut (meningkatkan immunitas tubuh). Kedua, para wanita memandang bahwa kebugaran tubuh, kecantikan, dan penampilan adalah hal penting untuk tetap “awet muda” ataupun “awet tua”. Ketiga, masyarakat mulai membuat relaksasi hidup seimbang (*good for mood*). Oleh karena itu, pangan organik dan pertanian organik akan menjadi “*in a great demand*” pada masa mendatang (Wibowo, 2003). Di sisi lain dengan meningkatnya pendapatan dan kesejahteraan masyarakat tentunya akan mengakibatkan meningkatnya preferensi masyarakat terhadap komoditas yang dikonsumsi, terutama yang bisa memenuhi tuntutan kualitas yang lebih baik (Winarno, 2002).

Pemahaman tentang perilaku konsumen bukanlah pekerjaan yang mudah tetapi cukup rumit sehingga membutuhkan waktu dan tenaga. Hal tersebut disebabkan oleh banyaknya variabel yang mempengaruhi dan variabel tersebut cenderung saling berinteraksi dan keberhasilan kegiatan

pemasaran sangat ditentukan oleh kemampuan produk yang dipasarkan untuk memenuhi apa yang diharapkan oleh konsumen. Dalam menentukan sasaran yang tepat pengelola usaha atau pedagang harus mengidentifikasi konsumen baik kebutuhan konsumen sekarang maupun kebutuhan pada masa yang akan datang.

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas, maka penelitian ini dirancang untuk menjawab beberapa pertanyaan yaitu :

1. Faktor-faktor apa yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian beras organik di Kabupaten Jember?
2. Apakah terdapat hubungan antara tingkat pendidikan konsumen dengan respon konsumen terhadap atribut kualitas beras dalam pembelian beras organik di Kabupaten Jember?
3. Apakah terdapat hubungan antara tingkat pendapatan konsumen dengan respon konsumen terhadap atribut kualitas beras dalam pembelian beras organik di Kabupaten Jember?

TUJUAN DAN MANFAAT

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguraikan fenomena-fenomena mengenai perilaku konsumen dalam pembelian beras organik di Kabupaten Jember, disamping untuk mengetahui hubungan antara tingkat pendidikan dan tingkat pendapatan konsumen dengan respon konsumen terhadap atribut kualitas beras dalam pembelian beras organik di Kabupaten Jember.

Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini yaitu diharapkan dapat memberikan gambaran dan informasi tentang perilaku konsumen beras organik pada pengelola usaha atau pedagang beras organik di Kabupaten Jember sehingga dapat dijadikan dasar bagi perumusan strategi pemasaran beras organik yang tepat.

METODE PENELITIAN

Kerangka Pendekatan Penelitian

Penelitian dilakukan dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian beras organik di Kabupaten Jember, kemudian mengetahui hubungan

antara tingkat pendidikan dan pendapatan konsumen dengan respon konsumen terhadap atribut kualitas beras dalam pembelian beras organik di Kabupaten Jember.

Metode Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode convenience sampling yaitu metode pengambilan sampel yang dilakukan dengan memilih sampel dari elemen populasi yang datanya mudah diperoleh oleh peneliti (Malhotra, dkk., 1996).

Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan untuk menentukan faktor-faktor apa yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian beras organik di Kabupaten Jember digunakan Analisis Faktor, untuk mengkaji tentang hubungan antara tingkat pendidikan dan tingkat pendapatan konsumen dengan respon konsumen terhadap atribut kualitas beras dalam pembelian beras organik di Kabupaten Jember digunakan analisis Chi-Square.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen pada Pembelian Beras Organik di Kabupaten Jember

Untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen pada pembelian beras organik di Kabupaten Jember, peneliti menggunakan alat analisis faktor. Analisis faktor membantu peneliti mengelompokkan variabel-variabel yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen

pada pembelian beras organik menjadi faktor-faktor yang lebih sederhana. Terdapat 16 variabel yang dianalisis berpengaruh terhadap perilaku konsumen pada pembelian beras organik di Kabupaten Jember, yaitu sebagai berikut: tekstur (X1), butiran (X2), warna (X3), kemurnian (X4), bau (X5), rasa (X6), harga (X7), informasi teman (X8), leaflet (X9), penjual (X10), tempat membeli (X11), kemasan (X12), sertifikasi (X13), kandungan nutrisi (X14), residu pestisida (X15), dan pemenuhan gizi (X16).

Dari 16 variabel diatas dapat dikelompokkan menjadi 5 faktor dengan 2 variabel tidak dapat diikutsertakan pada 5 faktor tersebut, karena tidak memiliki korelasi dengan variabel lainnya. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *Anti- Image Correlation* yang kurang dari 0,5. Variabel-variabel tersebut, yaitu variabel bau (X5) dan variabel kemurnian (X4). Sehingga dari 14 variabel tersebut direduksi menjadi 5 faktor. Variabel-variabel tersebut terbagi menjadi 5 kelompok faktor. Faktor 1 merupakan faktor kualitas, faktor 2 merupakan faktor promosi, faktor 3 merupakan faktor kesehatan, faktor 4 merupakan faktor keamanan mengkonsumsi, dan faktor 5 merupakan faktor harga.

Pengaruh faktor-faktor tersebut ditunjukkan melalui nilai total varian sebesar 75,441% yang artinya bahwa faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pembelian beras organik di Kabupaten Jember mampu dijelaskan sebesar 75,441% oleh faktor kualitas, faktor promosi, faktor kesehatan, faktor keamanan mengkonsumsi, dan faktor harga. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang belum dimasukkan dalam model sebesar 24,559%. Pengaruh kelima faktor tersebut dapat dijelaskan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Analisis Variabel-variabel yang Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumen pada Pembelian Beras Organik di Kabupaten Jember

Variabel	Faktor				
	1	2	3	4	5
Tekstur	,846	-,083	-,010	,031	-,190
Butiran	,904	-,083	,257	-,183	,103
Warna	,802	,012	,241	-,126	,196
Rasa	,896	,050	,001	,104	-,005
Informasi teman	,030	,964	-,029	-,010	-,043
Leaflet	-,217	,806	,085	-,161	,103

Lanjutan Tabel 1.

Variabel	Faktor				
	1	2	3	4	5
Penjual	,007	,838	,048	,002	-,119
Kemasan	-,094	-,583	-,131	,348	,197
Kandungan nutrisi	,206	,204	,865	,189	-,030
Pemenuhan gizi	,129	-,006	,921	,047	,008
Tempat membeli	,048	-,186	-,010	,865	-,114
Sertifikasi	,111	,028	-,020	-,509	-,412
Residu pestisida	-,061	-,066	,304	,672	,126
Harga	,094	-,131	-,014	,067	,897
Alpha	0,898	0,353	0,853	0,052	1,000
Eigenvalue	3,424	3,038	1,944	1,118	1,037
% varians	24,458	21,703	13,886	7,985	7,409
% Cumulative	24,458	46,161	60,047	68,032	75,441

Sumber: Data Primer Diolah

1. Faktor 1 (kualitas), meliputi variabel: tekstur (X1), butiran (X2), warna (X3), rasa (X6). Faktor ini mempunyai hubungan erat yang ditunjukkan dengan nilai alpha yaitu sebesar 0,898 yang berarti bahwa setiap variabel dalam faktor kualitas ini memiliki hubungan yang erat. Persentase varians sebesar 24,458 menunjukkan bahwa faktor kualitas merupakan faktor dominan yang pertama diantara faktor-faktor yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen pada pembelian beras organik.
2. Faktor 2 (promosi), meliputi variabel: informasi teman (X8), leaflet (X9), penjual (X10), kemasan (X12). Faktor ini mempunyai hubungan lemah yang ditunjukkan dengan nilai alpha yaitu sebesar 0,353 yang berarti bahwa setiap variabel dalam faktor promosi ini memiliki hubungan yang lemah. Hal ini dikarenakan 4 variabel yang ada dalam faktor promosi mempunyai hubungan yang berbeda yaitu 3 variabel yang bernilai positif yaitu informasi teman (X8), leaflet (X9), penjual (X10) dan satu variabel bernilai negatif yaitu kemasan (X12), tetapi didalam analisis faktor tanda positif atau negatif diabaikan hanya interpretasinya yang berbeda. Persentase varians sebesar 21,703 menunjukkan bahwa faktor promosi merupakan faktor dominan yang kedua diantara faktor-faktor yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen pada pembelian beras organik.
3. Faktor 3 (kesehatan), meliputi variabel: kandungan nutrisi (X14), dan pemenuhan gizi (X16). Faktor ini mempunyai hubungan erat yang ditunjukkan dengan nilai alpha yaitu sebesar 0,853 yang berarti bahwa setiap variabel dalam faktor kesehatan ini memiliki hubungan yang erat. Persentase varians sebesar 13,886 menunjukkan bahwa faktor kesehatan merupakan faktor dominan yang ketiga diantara faktor-faktor yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen pada pembelian beras organik.
4. Faktor 4 (keamanan mengkonsumsi), meliputi variabel: tempat membeli (X11), sertifikasi (X13), residu pestisida (X15). Faktor ini tidak mempunyai hubungan erat karena nilai alpha kurang dari 0,5 yaitu sebesar 0,052 yang berarti bahwa setiap variabel dalam faktor keamanan mengkonsumsi memiliki hubungan yang lemah. Persentase varians sebesar 7,985 menunjukkan bahwa faktor keamanan mengkonsumsi merupakan faktor dominan yang keempat diantara faktor-faktor yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen pada pembelian beras organik.
5. Faktor 5 (harga), hanya meliputi variabel harga itu sendiri dengan nilai alpha yaitu sebesar 1,000. Persentase varians sebesar 7,409 menunjukkan

bahwa faktor harga merupakan faktor dominan yang kelima diantara faktor-faktor yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen pada pembelian beras organik.

Berdasarkan hasil analisis faktor diatas dapat dilihat bahwa faktor kualitas, faktor

promosi, faktor kesehatan, faktor keamanan mengkonsumsi, dan faktor harga memiliki pengaruh terhadap pembelian beras organik di Kabupaten Jember. Besarnya pengaruh pembelian beras organik di Kabupaten Jember didasarkan pada besarnya persentase varians dapat dirumuskan melalui Tabel 2.

Tabel 2. Persentase Varians dan Tingkat Kepentingan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen pada Pembelian Beras Organik di Kabupaten Jember

Faktor	Persentase Varians	Tingkat Kepentingan
Faktor 1 (kualitas)	24,458	3,63
Faktor 2 (Promosi)	21,703	3,51
Faktor 3 (Kesehatan)	13,886	3,85
Faktor 4 (Keamanan Mengkonsumsi)	7,985	3,72
Faktor 5 (Harga)	7,409	3,68

Sumber : Data Primer Diolah

Keterangan:

- Tingkat kepentingan: nilai seberapa penting faktor 1 sampai dengan faktor 5 mempengaruhi konsumen pada pembelian Beras Organik
- Nilai rata-rata ≤ 2.5 ; tidak penting
- Nilai rata-rata > 2.5 ; penting

Persentase varians menunjukkan besarnya pengaruh masing-masing faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian beras organik di Kabupaten Jember. Berdasarkan Tabel 2. menunjukkan bahwa faktor kualitas memiliki pengaruh terbesar, yaitu 24,458%, sedangkan faktor harga memiliki pengaruh terkecil, yaitu sebesar 7,409%.

Tingkat seberapa penting dari faktor-faktor tersebut terhadap pembelian beras organik dapat diketahui dari nilai rata-rata, yaitu antara jumlah nilai tingkat seberapa penting tiap variabel penyusun faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian beras organik di Kabupaten Jember. Berdasarkan tingkat kepentingan tersebut maka faktor-faktor penting pertama sampai kelima berturut-turut adalah faktor kesehatan, faktor keamanan mengkonsumsi,

faktor kualitas, faktor harga dan faktor promosi.

Hubungan antara Tingkat Pendidikan Konsumen Dengan Respon Konsumen terhadap Atribut Kualitas Beras dalam Pembelian Beras Organik di Kabupaten Jember

Berdasarkan hasil analisis faktor, faktor atribut kualitas beras organik terdiri dari variabel tekstur (X1), butiran (X2), warna (X3), rasa (X6). Responden yang mewakili konsumen beras organik di Kabupaten Jember telah menyampaikan penting, atau tidak pentingnya faktor atribut kualitas beras organik. Respon konsumen terhadap atribut kualitas beras organik dapat dilihat pada Tabel 3. berikut ini:

Tabel 3. Hubungan antara Tingkat Pendidikan dengan Respon Konsumen terhadap Atribut Kualitas Beras pada Pembelian Beras Organik

Pendidikan	Atribut Kualitas Beras		Total	χ^2	α
	Tidak Penting	Penting			
Rendah	2	5	7	0,390	0,533
Tinggi	6	27	33		
Total	8	32	40		

Sumber: Data Primer Diolah

Konsumen yang menganggap faktor atribut kualitas beras organik sebagai faktor penting adalah sebanyak 32 responden (80%) yang terdiri atas 27 responden dengan tingkat pendidikan tinggi (tamat PT) dan 5 responden dengan tingkat pendidikan rendah (tamat SMU). Konsumen yang menganggap faktor atribut kualitas beras organik sebagai faktor tidak penting adalah sebanyak 8 (20%) responden yang terdiri atas 6 responden dengan tingkat pendidikan tinggi (tamat PT) dan 2 responden dengan tingkat pendidikan rendah (tamat SMU).

Berdasarkan Tabel 3 diatas, dapat dilihat nilai χ^2 sebesar 0,390 dengan nilai α sebesar 0,533, pada derajat kebebasan 1 dan taraf kepercayaan 95%. Nilai α yang lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa pendidikan konsumen pada pembelian beras organik tidak memiliki hubungan yang nyata dengan faktor atribut kualitas beras organik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen beras organik yang memiliki tingkat pendidikan tinggi (tamat PT) maupun konsumen yang memiliki tingkat pendidikan rendah (tamat SMU) menganggap faktor atribut kualitas beras organik adalah faktor yang penting. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua konsumen beras organik pada berbagai tingkat pendidikan, baik itu tingkat

pendidikan tinggi maupun pendidikan rendah memiliki penilaian yang sama terhadap faktor atribut kualitas beras organik.

Hubungan antara Tingkat Pendapatan Konsumen Dengan Respon Konsumen terhadap Atribut Kualitas Beras dalam Pembelian Beras Organik di Kabupaten Jember

Tingkat pendapatan konsumen merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian beras organik. Tingkat pendapatan konsumen berhubungan dengan kualitas beras organik yang akan dikonsumsi, karena semakin baik kualitas beras organik maka akan memiliki harga yang lebih mahal jika dibandingkan dengan beras organik yang berkualitas rendah. Rata-rata tingkat pendapatan konsumen beras organik di Kabupaten adalah Rp. 2.000.000.-, berdasarkan hal tersebut maka peneliti menetapkan pendapatan konsumen yang berada di bawah pendapatan rata-rata digolongkan pada tingkat pendapatan rendah dan konsumen dengan pendapatan \geq Rp. 2.000.000 digolongkan pendapatan tinggi. Hasil analisis tentang hubungan antara faktor atribut kualitas beras organik dengan tingkat pendapatan dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Hubungan antara Tingkat Pendapatan dengan Respon Konsumen terhadap Atribut Kualitas Beras pada Pembelian Beras Organik

Pendapatan	Atribut Kualitas Beras		Total	χ^2	α
	Tidak Penting	Penting			
Rendah	2	15	17	1,253	0,263
Tinggi	6	17	23		
Total	8	32	40		

Sumber: Data Primer Diolah

Tabel 4 menunjukkan untuk faktor atribut kualitas beras terdapat 32 responden (80%) yang menganggap faktor atribut kualitas beras sebagai faktor penting yang terdiri atas 15 responden dengan tingkat pendapatan rendah ($<$ Rp 2.000.000) dan 17 responden dengan tingkat pendapatan tinggi (\geq Rp 2.000.000). Konsumen yang menganggap faktor atribut kualitas beras sebagai faktor tidak penting adalah sebanyak 8 responden (20%) yang terdiri atas 2

responden dengan tingkat pendapatan rendah dan 6 responden dengan tingkat pendapatan tinggi.

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai χ^2 sebesar 1,253 dengan nilai α sebesar 0,263, pada derajat kebebasan 1 dan taraf kepercayaan 95%. Nilai α yang lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa pendapatan konsumen pada pembelian beras organik tidak memiliki hubungan yang nyata dengan faktor atribut kualitas beras organik. Hasil

penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen beras organik yang memiliki tingkat pendapatan rendah maupun konsumen yang memiliki tingkat pendapatan tinggi menganggap faktor atribut kualitas beras adalah faktor yang penting saat pembelian beras organik. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua konsumen beras organik pada berbagai tingkat pendapatan, baik itu tingkat pendapatan rendah maupun pendapatan tinggi memiliki penilaian yang sama terhadap faktor atribut kualitas beras organik.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis faktor, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian beras organik di Kabupaten Jember adalah faktor kualitas (tekstur, butiran, warna, rasa), faktor promosi (informasi teman, leaflet, penjual, kemasan), faktor kesehatan (kandungan nutrisi dan pemenuhan gizi), faktor keamanan mengkonsumsi (tempat membeli, sertifikasi, residu pestisida) dan faktor harga.
2. Tidak terdapat hubungan yang nyata antara tingkat pendidikan konsumen dengan respon konsumen terhadap atribut kualitas beras dalam pembelian beras organik di Kabupaten Jember.
3. Tidak terdapat hubungan yang nyata antara tingkat pendapatan dengan respon konsumen terhadap atribut kualitas beras dalam pembelian beras organik di Kabupaten Jember.

Saran

1. Produsen maupun pemasar hendaknya lebih memperhatikan faktor-faktor penting yang menjadi pertimbangan konsumen dalam pembelian beras organik diantaranya : faktor kualitas, faktor promosi, faktor kesehatan, faktor keamanan mengkonsumsi dan faktor harga.

2. Perlunya upaya peningkatan pemberian informasi tentang manfaat mengkonsumsi beras organik melalui berbagai media, baik itu media cetak maupun media elektronik.

DAFTAR PUSTAKA

Badan Penelitian dan Pengembangan. 2005. *Prospek Beras Organik*.(Online). <http://www.litbang.deptan.go.id>. Diakses tanggal 18 Maret 2007

Damadjati, D.S dan S. Widowati. 2001. Menali Sumber Daya Pangan Lokal Dalam Peran Teknoloi Pangan Dalam Rangka Ketahanan Pangan Nasional. *Majalah Pangan* No. 36/X/Jan/2001. Puslitbang Bulog, Jakarta.

Oktaviani, R. dan Sahara. 2004. *Beras, Ketahanan Pangan dan "World Trade Organization"*. *Mimbar Sosek* Vol. 17 No. 2: Agustus (1-24).

Pikiran Rakyat. 2005. *Naik Tajam, Permintaan Hasil Pertanian Organik*. (Online) <http://www.pikiran-rakyat.com>. Diakses tanggal 19 Maret 2007.

Wibowo, R. 2003. *Butir-Butir Pemikiran Pangan dan Pertanian Masa Depan. Naskah Seminar Agribusiness Training 3-5 Mei 2003 HIMASETA*. Fakultas Pertanian Universitas Jember, Jember.

Winarno, F.G. 2002. *Pertanian Organik: Standard Internasional dan Pangsa Pasar*. Embrio Bioteknologi, Bogor.